

Kurz gesagt

100. Geburtstag unterstützt

Der Musikverein Siershahn feiert 2005 seinen hundertsten Geburtstag. Für Schmidt Transporte war das Grund genug, die Jubiläumsfeier als Sponsor zu unterstützen. Einer der Höhepunkte wird am 28. Oktober erwartet: die beliebte Kölsche Band „Höhner“. Das Schmidt-Team wünscht dem Musikverein alles Gute und viel Erfolg. Weitere Informationen unter www.musikverein-siershahn.de.

Tonbergbau für die ganze Familie

Wer noch Anregungen für den nächsten Betriebs- oder Familienausflug sucht, wird sicherlich beim Tonbergbaumuseum in Siershahn fündig. Weitere Informationen erhalten Interessierte direkt beim Geschäftsführer Jörg Frohneberg telefonisch unter 0 26 26/95 13 63 oder im Internet: www.tonbergbaumuseum.de

In Gedenken an Gisela Hein



Am 9. April 2005 verstarb Gisela Hein plötzlich und unerwartet im Alter von 73 Jahren. Die

Tochter des Firmengründers August Schmidt arbeitete seit der Gründung 1947 über viele Jahrzehnte in der Verwaltung des Unternehmens an vorderster Front mit. Wir, die Familie Schmidt, mussten Abschied nehmen und werden sie immer in guter Erinnerung behalten.

Fitnessplan ...

Fortsetzung von Seite 1

sinnvoll zu kombinieren, bietet die so genannte „Balanced Scorecard“. Bei dieser Planungsmethode werden alle Faktoren, die sich auf den Unternehmenserfolg entscheidend auswirken, mit Kennzahlen bewertet und anschließend in Beziehung zueinander gesetzt. So entsteht ein mit betriebswirtschaftlichen Methoden mess- und beschreibbares Leitbild des Unternehmens, aus dem sich konkrete Handlungsempfehlungen entwickeln lassen.

Durch seine Praxisnähe hat sich dieses Führungsinstrument gerade für Mittelständler bewährt. Zwar stehen Familienunternehmen mit beiden Beinen auf dem Boden, doch in der Hektik des Alltags fehlt oft die Zeit, strategisch zu planen und die Ziele auch entsprechend umzusetzen. So treten anstelle gesteuerter Prozesse häufig Bauchentscheidungen – die aufgrund von Erfahrung sicherlich oft erfolgreich sind. Sind sie es hingegen nicht, lässt sich die Frage nach dem Warum nicht eindeutig messen.



Gastautor
Martin Wendlandt,
USL GmbH

Während internationale Konzerne meist auf internes Know-how und komplette Planungsabteilungen zurückgreifen können, empfiehlt es sich für den Mittelstand, mit externen Experten zusammenzuarbeiten. Moderne Unternehmensberatungen bieten neben ihrem Wissen umfassende und zielorientierte Dienstleistungen an. Dabei sind Branchenerfahrung ebenso wie theoretische Kenntnisse ein unbedingtes Muss, soll der „Fitnessplan“ für das Unternehmen rea-

listische Aussicht auf Erfolg haben. Mit der USL Unternehmensberatung Spedition und Logistik, Montabaur, hat Schmidt Transporte bereits seit Anfang der Neunziger Jahre einen branchenerfahrenen Partner an seiner Seite, der mit Management-techniken ebenso vertraut ist wie mit den Besonderheiten des Unternehmens. Martin Wendlandt verhilft Schmidt Transporte als ausgelagerte Abteilung für strategisches und operatives Controlling zu weiterem Erfolg. Informationen im Internet unter www.wendlandt.de.

Rainer und Boris Schmidt haben die Chancen erkannt, die sich aus einer solchen Zusammenarbeit mit externem Know-how ergeben (siehe Kasten oben). Und die Optimierungen haben sich gelohnt: Signifikante Verbesserungen machten sich bereits nach kurzer Zeit bemerkbar. Das Unternehmensrating, ohnehin über dem Branchenschnitt, hat sich weiter verbessert.

Balanced Scorecard

Die „Balanced Scorecard“ ist wie ein „Hometrainer“ für das Unternehmen. Sie misst die wichtigsten Disziplinen: Kunden, Finanzen, Mitarbeiter, Geschäftsprozesse. Ihre Zeiger geben Aufschluss darüber, ob sich das Unternehmen im roten, gelben oder grünen „Drehzahlbereich“ befindet. Wie steht es um die Lkw-Kapazitäten, die Wartung der Fahrzeuge und das Unterwegsrisiko? Sind die Mitarbeiter zufrieden, gibt es eine hohe Fluktuation, investiert der Unternehmer in Schulungen?

Darüber hinaus gehören auch bis ins Detail geplante Finanzziele – Umsatz, Ertrag, Cash-flow, Eigenkapitalrendite und vieles mehr – in eine „Balanced Scorecard“. Ebenso wie strategische Ziele: Welche Bedeutung hat das Unternehmen aktuell am Markt, welche Position strebt es an? Zentrale Rolle hat dabei der regionale Kundenmarkt. Erfolge oder Misserfolge bei der Akquisition lassen sich schnell und unkompliziert ablesen.

